

## ABSTRAK

Penelitian yang telah disusun dalam bentuk skripsi ini dimaksudkan untuk mengungkapkan ada tidaknya hubungan yang signifikan antara kegiatan promosi dengan volume penjualan di Penerbit P.T. Intan Pariwara. Di samping itu juga untuk mengetahui metode promosi yang paling efektif bagi perusahaan tersebut dalam meningkatkan volume penjualannya.

Adapun teknik analisa yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara biaya promosi dengan volume penjualan digunakan analisa korelasi parsial, Karena biaya promosi di sini terdiri dari tiga variabel yaitu biaya periklanan, biaya personal selling, dan biaya promosi penjualan. Setelah didapatkan angka koefisien korelasi, untuk meyakinkan bahwa hubungan itu benar-benar ada dan bukanlah merupakan faktor kebetulan saja, maka koefisien korelasi ini ditest dengan test hipotesa koefisien korelasi parsial. Sedang untuk mengetahui bentuk promosi mana yang paling efektif bagi perusahaan tersebut digunakan persamaan regresi linier berganda, sehingga akan dapat kita ketahui seberapa besar perubahan yang terjadi terhadap naik turunnya volume penjualan, sebagai akibat dari perubahan biaya promosi.

Untuk dapat melakukan analisa-analisa di atas dibutuhkan data mengenai besarnya masing-masing biaya promosi, yaitu biaya periklanan, biaya personal selling, dan biaya promosi penjualan, serta data volume penjualan. Dalam hal ini biaya promosi merupakan variabel bebas/independent yang disimbulkan sebagai  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$ , dan data volume penjualan yang merupakan variabel tergantung/dependent disimbulkan sebagai  $Y$ .

Dari hasil analisa yang dilakukan ternyata ada hubungan yang positif signifikan antara biaya promosi dengan volume penjualan. Sedang bentuk promosi yang paling efektif bagi P.T. Intan Pariwara adalah bentuk promosi penjualan.